

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional di Kabupaten Malang. Pasar tradisional yang menjadi tempat lokasi penelitian di Kabupaten Malang adalah Pasar Lawang, Pasar Kepanjen, dan Pasar Karangploso. Penentuan lokasi penelitian ini secara *purposive*, yaitu dimana penentuan lokasi dilakukan secara sengaja atas pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan untuk menentukan lokasi penelitian adalah karena ketiga pasar ini merupakan pasar terbesar di Kabupaten Malang, menjadi pasar utama yang dituju oleh masyarakat, dan dianggap dapat mewakili keadaan dan kondisi pasar tradisional yang ada di Kabupaten Malang secara merata. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2018.

3.2 Metode Pengambilan Sampel dan Pengambilan Data

1.2.1 Metode Pengambilan Sampel

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian. Obyek penelitian terdiri dari unit-unit penelitian. Unit penelitian berupa orang (individu), rumah tangga, kelompok, organisasi lembaga dan lain-lain (Ibrahim, 1996). Sampel adalah anggota populasi yang dapat mewakili (Ibrahim, 1996). Metode yang digunakan dalam penentuan sampel adalah *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas siapa saja yang tidak sengaja bertemu dan sesuai dengan karakteristik maka orang tersebut dapat menjadi sampel (responden). Sampel (responden) dari penelitian ini sebanyak 70 responden. Dimana responden tersebut

telah mengonsumsi jamur kuping setidaknya minimal 2 kali, berbelanja di Pasar Tradisional pada pukul 06.00 sampai 10.00, dan merupakan konsumen yang membeli atas inisiatif sendiri atau membeli untuk kebutuhannya sendiri dan keluarganya.

Menurut Margono (2004:27) menyatakan dalam teknik *accidental sampling* pengambilan sampel tidak ditetapkan terlebih dahulu. Peneliti langsung mengumpulkan data dari unit sampling yang ditemui.

1.2.2 Metode Pengambilan Data

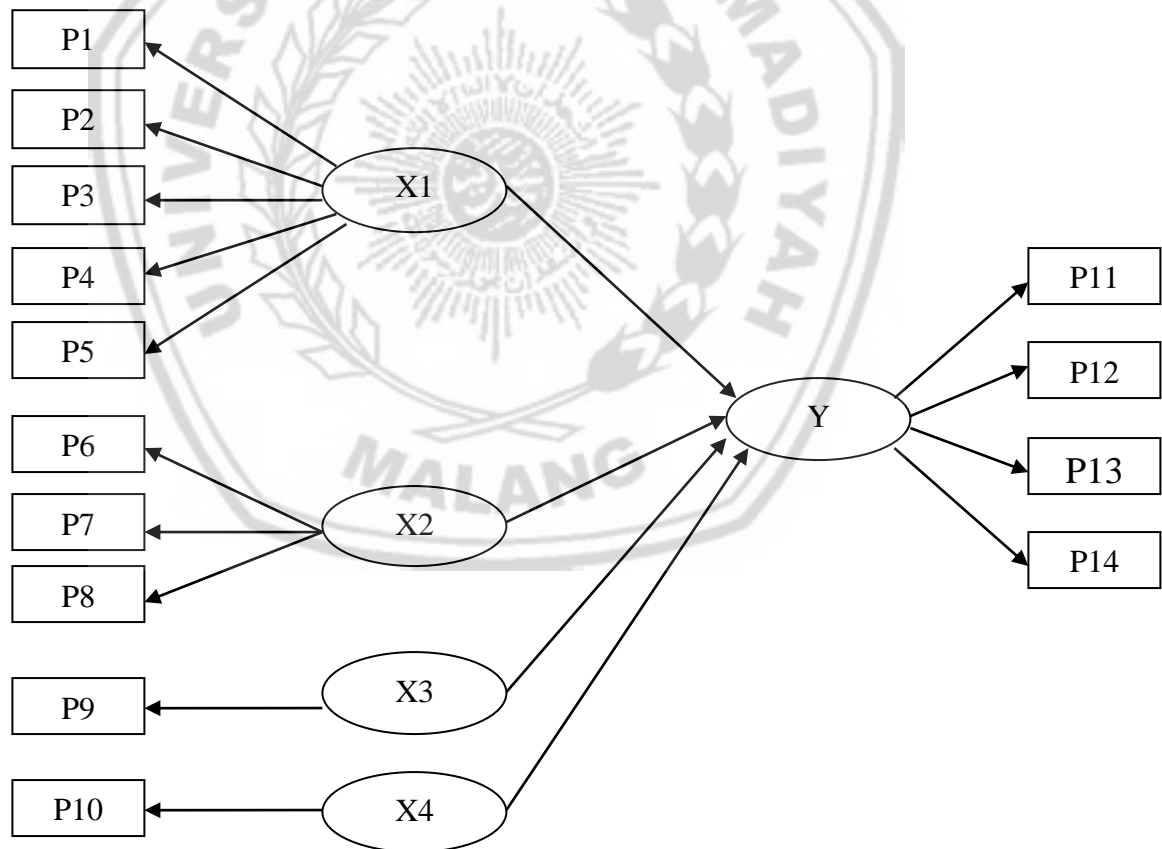
Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari observasi secara langsung, dan wawancara konsumen dengan pengisian kuisioner. Data sekunder diperoleh dari literatur-literatur seperti data internet, jurnal, dan buku.

Teknik observasi digunakan untuk melihat dan mengamati perubahan fenomena-fenomena sosial yang tumbuh dan berkembang yang kemudian dapat dilakukan perubahan atas penilaian tersebut, bagi pelaksana observasi untuk melihat objek momen tertentu, sehingga mampu memisahkan anantara yang diperlukan dan yang tidak diperlukan Margono (2007:159).

Pengisian kuisioner dilakukan oleh konsumen yang mengonsumsi maupun sebagai *decision maker* dalam proses keputusan pembelian jamur kuping dan konsumen yang bersangkutan tersebut bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner tentang penelitian ini dan dipandu oleh peneliti. Data yang terdapat dalam kuisioner terdiri dari tiga bagian, yaitu : (1) karakteristik konsumen, (2) proses keputusan pembelian konsumen, dan (3) atribut-atribut yang mempengaruhi perilaku konsumen.

1.2.3 Metode Pengolahan dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, yaitu analisis data yang berupa identitas responden dan proses pengambilan keputusan pembelian. Analisis ini akan dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama, kemudian dipersentasikan berdasarkan jumlah responden. Persentase yang terbesar merupakan faktor yang dominan dari masing-masing variabel yang diteliti. Analisis ini merupakan kegiatan mengumpulkan, mengolah, dan kemudian mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2009:29).



Gambar 3.1. Model Hipotesis Penelitian

Alat uji statistik menggunakan *Parsial Least Square (PLS)*. PLS merupakan perhitungan statistik yang menghubungkan hubungan antar variabel (laten) yang diukur melalui indikator pengukuran (konstruk). Tahapan yang dilakukan dalam analisis data yaitu dengan melakukan tabulasi data dari hasil penyebaran kuesioner yang selanjutnya diuji pengaruhnya menggunakan aplikasi Smart PLS. Tahapan pertama dari smart PLS terdiri dari menghitung outer model untuk mengetahui validitas dan reliabilitas dari indikator pengukuran. Tahap yang kedua adalah mengetahui inner model untuk mengetahui signifikansi hubungan antar variabel yang diukur melalui *Path Coefficient*.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2014:61), pengertian variabel penelitian adalah sebagai berikut: “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Variabel dibedakan menjadi dua, yaitu variabel laten *eksogen* dan variabel laten *endogen*. Variabel laten *eksogen* adalah variabel laten yang tidak dipengaruhi oleh variabel laten lainnya dalam model, sedangkan variabel laten *endogen* adalah variabel laten yang dipengaruhi oleh variabel laten lainnya. Variabel laten *eksogen* dapat memengaruhi variabel laten *endogen* secara langsung maupun tidak langsung.

Penelitian ini yang menjadi variabel *eksogen* adalah variabel kualitas produk (X1), harga produk (X2), kebersihan produk (X3), dan daya tahan produk (X4) dan variabel *endogen* adalah variabel keputusan pembelian (Y) jamur kuping. Operasional variabel dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1. Operasional Variabel

Atribut	Definisi	Indikator	Kode
Kualitas Produk (X1)	Suatu ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. (Kotler, 2009)	Rasa produk	P1
			P2
		Bentuk Produk	P3
			P4
		Manfaat lebih dibandingkan pesaing	P5
Harga Produk (X2)	Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. (Kotler dan Amstrong, 2008)	Keterjangkauan harga	P6
		Kesesuaian dengan harga pasar	P7
		Kesesuaian harga dan manfaat	P8
Kebersihan Produk (X3)	produk jamur kuping yang di jual harus dalam keadaan bersih, tidak ada kotoran, tidak bercampur dengan zat atau bahan lain.	Jaminan kebersihan produk	P9
			P10
Daya Tahan Produk (X4)	keadaan produk jamur kuping dapat di konsumsi atau tahan dalam waktu berapa lama baik dalam suhu ruang ataupun suhu dingin.	Ketahanan produk	P11
			P12
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata, apakah membeli atau tidak. (Swastha dan Handoko, 2008)	Kemantapan membeli produk	P13
		Kebiasaan membeli produk	P14
		Membeli kembali	P15
		merekomendasikan kepada orang lain	P16

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*, skala *Likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial tertentu (Sugiyono, 2011), dengan skala *Likert* ini, peneliti ingin mengetahui pendapat dan persepsi konsumen jamur kuping di Pasar Tradisional Kabupaten Malang.

Mengukur variabel disini, peneliti bertindak sebagai editor yang memodifikasi skala sesuai dengan kebutuhan peneliti, untuk variabel kualitas produk peneliti mengedit dari skala model likert yang disusun oleh Kotler (2009) yaitu dengan menggunakan indikator berjumlah 3 item dengan nilai *Cornbach Alpha* 0,783 ($\alpha > 0,6$), untuk mengukur harga produk menggunakan teori dimana jumlah indikator 3 item dengan nilai *Cornbach Alpha* 0,498 ($\alpha < 0,6$), untuk kebersihan produk disesuaikan dengan kondisi produk di lokasi penelitian dimana terdapat 1 item indikator dengan nilai *Cornbach Alpha* 0,348 ($\alpha < 0,6$), untuk daya tahan produk juga disesuaikan dengan keadaan produk di lokasi penelitian yaitu 1 item indikator dengan nilai *Cornbach Alpha* 0,368 ($\alpha < 0,6$), dan untuk keputusan pembelian menggunakan teori Kotler (1995) dengan jumlah indikator sebanyak item dengan nilai *Cornbach Alpha* 0,758 ($\alpha > 0,6$) apabila hasil dari reliabilitas lebih besar dari 0,6 maka instrument tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur Azwar (2013).

Penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan alternative skor 1 sampai 5, skor ini digunakan untuk mengukur pendapat dan persepsi konsumen. Pendapat yang dinilai paling positif, nantinya akan diberikan skor sebesar 5. Pendapat yang dinilai

paling negatif, nantinya akan diberikan skor 1. Penelitian diatas masing-masing jawaban terhadap variabel kualitas produk, harga produk, kebersihan produk, daya tahan produk, dan keputusan pembelian akan diberikan skor sebagai berikut:

Tabel 3.2 Pengukuran Skala *Likert*

VARIABEL	SKALA	SKOR
Keputusan Pembelian	Sangat Tidak Setuju	1
Kualitas Produk	Tidak Setuju	2
Harga Produk	Ragu-Ragu	3
Kebersihan Produk	Setuju	4
Daya Tahan Produk	Sangat Setuju	5

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Menganalisis data dan pengujian instrument untuk penelitian ini dibantu dengan menggunakan *software* pengolahan data *Partial Least Square* (PLS) dengan dioprasikan melalui *software Smart PLS 3* agar lebih jelas dapat diperhatikan pada uraian berikut ini:

3.5 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Uji validitas sering kali digunakan untuk mengukur ketepatan dari suatu item dalam kuesioner, apakah item dari kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur (Ghozali, 2006). Uji reabilitas merupakan perhitungan yang digunakan untuk menetapkan apakah instrument dalam hal ini kuesioner dapat dipergunakan lebih dari satu kali, paling tidak responden boleh sama (Ghozali, 2006).

Kevalidan dari suatu indikator dalam mengukur variabel laten dapat dinilai dengan melihat *Loading Factor* (LF). Secara umum (*rule of thumb*), nilai LF indikator $> 0,7$ dikatakan valid, tapi menurut Haryono dan Harsono (2016) dalam pengembangan indikator baru, nilai dari $LF \geq 0,5$ dan $0,6$ masih dapat diterima kevalidannya, bahkan $0,4$ masih dapat di tolelir.

Konsistensi dari variabel indikator dalam mengukur variabel laten dapat dilihat dari nilai *construct reliability* dan *variant extracted*. Apabila nilai *construct reliability* $> 0,7$ dan *variant extracted* $> 0,5$, maka menunjukan variabel indikator tersebut konsisten (Kartika dalam Harsono, 2016). Hasil dari pengujian validity dengan menggunakan PLS dapat dilihat dari Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Hasil Pengujian *Convergent Validity*

Atribut	Indikator	<i>Loading Factor (LF)</i>	Keterangan
(Y)Keputusan Pembelian	P13 Kemantapan membeli	0,918	Valid
	P14 Kebiasaan membeli	0,609	Valid
	P15 Membeli kembali	0,851	Valid
	P16 Merekomendasikan kepada orang lain	0,660	Valid
(X1) Kualitas Produk	P1Rasa Produk	0,265	Tidak Valid
	P2 Rasa Produk	0,711	Valid
	P3 Bentuk Produk	0,888	Valid
	P4 Bentuk Produk	0,533	Valid
	P5 Manfaat lebih dibandingkan pesaing	0,903	Valid
(X2) Harga Produk	P6 Keterjangkauan harga	0,676	Valid
	P7 Kesesuaian harga dengan harga pasar	0,607	Valid
	P8 Kesesuaian harga dengan manfaat	0,823	Valid
(X3)Kebersihan Produk	P9 Jaminan kebersihan produk	0,739	Valid
	P10 Jaminan kebersihan produk	0,814	Valid
(X4)Daya Tahan Produk	P11 Ketahanan Produk	0,749	Valid
	P12 Ketahanan Produk	0,815	Valid

Sumber: Output SmartPLS, 2018

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa tidak semua pernyataan atau item yang mewakili masing-masing indikator dinyatakan valid. Variabel kualitas produk dengan indikator rasa produk dinyatakan gugur karena nilai LF dibawah 0,5. Ukuran terkuat dari variabel keputusan pembelian (Y) adalah indikator kemantapan dalam membeli dengan nilai LF sebesar 0,918. Indikator manfaat lebih dibandingkan pesaing ukuran terkuat dari variabel kualitas produk (X1) dengan nilai LF sebesar 0,903. Indikator selanjutnya yang memiliki ukuran terkuat dari variabel harga produk (X2) adalah kesesuaian harga dengan manfaat yaitu dengan nilai LF sebesar 0,823. Variabel kebersihan produk (X3) memiliki indikator terkuat yaitu jaminan produk dengan nilai LF sebesar 0,814. Indikator terakhir yang mempunyai nilai terkuat adalah ketahanan produk dengan nilai LF sebesar 0,815 pada variabel daya tahan produk. Tidak semua item valid atau gugur, maka perlu dilakukan lagi pengujian validitas tahap ke 2. Pengujian validitas tahap kedua dilakukan dengan tidak menyertakan kembali pernyataan atau item yang sebelumnya telah gugur. Hasil dari pengujian validitas tahap ke 2 dapat dilihat pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3.4 Hasil Pengujian *Convergent Validity*

Variabel	Indikator	Loading Factor (LF)	Keterangan
(Y)Keputusan Pembelian	P13 Kemantapan membeli	0,918	Valid
	P14 Kebiasaan membeli	0,609	Valid
	P15 Membeli kembali	0,851	Valid
	P16 Merekomendasikan kepada orang lain	0,660	Valid
(X1)Kualitas Produk	P2 Rasa Produk	0,733	Valid
	P3 Bentuk Produk	0,888	Valid
	P4 Bentuk Produk	0,560	Valid
	P5 Manfaat lebih dibandingkan pesaing	0,897	Valid
	P6 Keterjangkauan harga	0,676	Valid
(X2) Harga Produk	P7 Kesesuaian harga dengan harga pasar	0,607	Valid
	P8 Kesesuaian harga dengan manfaat	0,823	Valid
(X3)Kebersihan Produk	P9 Jaminan kebersihan produk	0,739	Valid
	P10 Jaminan kebersihan produk	0,814	Valid
(X4)Daya Tahan Produk	P11 Ketahanan Produk	0,749	Valid
	P12 Ketahanan Produk	0,814	Valid

Sumber: Output SmartPLS 3, 2016

Berdasarkan hasil uji validitas tahap 2, diketahui bahwa sudah tidak terdapat pertanyaan atau item yang dinyatakan gugur karena sudah mempunyai nilai dari $LF > 0,5$. Ukuran terkuat dari variabel keputusan pembelian (Y) adalah indikator kemantapan dalam membeli dengan nilai LF sebesar 0,918. Indikator manfaat lebih dibandingkan pesaing ukuran terkuat dari variabel kualitas produk (X1) dengan nilai LF sebesar 0,897. Indikator selanjutnya yang memiliki ukuran terkuat dari variabel harga produk (X2) adalah kesesuaian harga dengan manfaat yaitu dengan nilai LF sebesar 0,823. Variabel kebersihan produk (X3) memiliki indikator terkuat yaitu jaminan produk dengan nilai LF sebesar 0,814. Indikator terakhir yang mempunyai

nilai terkuat adalah ketahanan produk dengan nilai LF sebesar 0,814 pada variabel daya tahan produk.

Hasil dari pengujian *reliability* dengan menggunakan PLS 3 tahap 1 dapat dilihat pada Tabel 3.5 . variabel dinyatakan memiliki reliabilitas apabila nilai dari *composite reliability*nya lebih besar dari 0,7. Mengukur reliabilitas disini tidak menggunakan cara *cornbach's alpha* karena penggunaan *composite reliability* dalam menguji reliabilitas konstruk memberikan nilai lebih baik jika dibandingkan dengan *cornbach's alpha*.

Tabel 3.5 Hasil Pengujian *Composite Reliability* Tahap 1

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Y	0,850	Reliabel
X1	0,814	Reliabel
X2	0,747	Reliabel
X3	0,753	Reliabel
X4	0,759	Reliabel

Sumber: Output SmartPLS 3, 2018

Data Tabel 3.5 menyatakan bahwa seluruh variabel yang ada telah memenuhi kriteria dari *composite reliability* yaitu lebih besar dari 0,7. Variabel yang mempunyai nilai *composite reliability* paling tinggi adalah variabel keputusan pembeli (Y) yaitu sebesar 0,850. Variabel yang mempunyai nilai *composite reliability* paling rendah adalah harga produk (X2) yaitu sebesar 0,747. Pengujian *reliability* untuk tahap 2 dapat dilihat pada Tabel 3.6 berikut ini:

Tabel 3.6 Hasil Pengujian *Composite Reliability* Tahap 2

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Y	0,850	Reliabel
X1	0,859	Reliabel
X2	0,747	Reliabel
X3	0,753	Reliabel
X4	0,759	Reliabel

Sumber: Output SmartPLS 3, 2018

Data Tabel 3.6 menyatakan bahwa seluruh variabel yang ada telah memenuhi kriteria dari *composite reliability* yaitu lebih besar dari 0,7. Variabel yang mempunyai nilai *composite reliability* paling tinggi adalah variabel kualitas konsumen (X1) yaitu sebesar 0,859. Variabel yang mempunyai nilai *composite reliability* paling rendah adalah harga produk (X2) yaitu sebesar 0,747.

3.6 Teknik Analisis Data

1. Analisis Inferensial PLS

Partial Leasy Square (PLS) adalah metode berbasis keluarga dari regresi yang dikenalkan oleh Herman O.A Wold guna penciptaan pembangunan model dan metode untuk ilmu-ilmu sosial dengan pendekatan yang berorientasi pada prediksi. PLS memiliki asumsi data penelitian bebas distribusi yang artinya data penelitian tidak mengacuh pada lebih besar kecilnya salah satu distribusi tertentu (misalnya distribusi nilai). PLS merupakan metode alternative dari SEM yang nantinya dapat dipergunakan dalam mengatasi permasalahan hubungan antara variabel yang kompleks dengan ukuran sampel data yang kecil yaitu 30-100 data, mengingat SEM sendiri memiliki ukuran sampel data yaitu minimal 100 (Hair,2010).

PLS sendiri digunakan untuk mengetahui kompleksitas hubungan suatu konstruk dengan konstruk yang lainnya, serta hubungan suatu konstruk dengan indikator-indikatornya. Konstruk sendiri dibagi menjadi 2 yaitu konstruk eksogen dan konstruk endogen. Konstruk eksogen adalah konstruk penyebab, konstruk yang tidak dapat dipengaruhi konstruk lainnya namun konstruk eksogen dapat member efek kepada konstruk lainnya, sedangkan konstruk endogen adalah konstruk yang dijelaskan oleh konstruk eksogen yaitu yakni efek dari konstruk eksogen (Yamin, 2009).

Kelebihan dari metode SEMPLS yakni data tidak harus besar yakni dapat kurang dari 100 (Ghozali, 2006). Kelemahannya yaitu distribusi data tidak dapat diketahui sehingga tidak dapat menilai signifikansi statistik, namun kelemahan ini dapat diatasi dengan metode resampling (*Bootstrap*).

Spesifikasi model dalam PLS sendiri terbagi menjadi 3 jenis yaitu :

1) Model Struktural atau *Inner Model*

Model struktural atau *inner model* adalah yang menspesifikan hubungan antara variabel laten. Nilai R-square (R^2) diamati guna menilai pengaruh dari variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen yang ada, apakah ada pengaruh substantif. Jika nilai R^2 sebesar 0,67 maka hal ini mengidentifikasi bahwa model tersebut baik, jika nilai R^2 lebih dari 0,33 mengindikasikan model tersebut moderat atau sedang, begitu pula nilai R^2 lebih besar dari 0,19 maka dinyatakan model tersebut lemah.

2) Model Pengukuran atau *Outer Model*

Model pengukuran atau *outer model* adalah yang menspesifikasikan hubungan antara variabel laten dengan indikator dari variabel yang ada. Nilai *loading factor* atau ukuran korelasi individual terhadap konstruk yang diukur diamati untuk mengukur validitas dari model atau untuk menilai *convergent validity*, nilai yang dihasilkan *loading factor* harus lebih besar dari 0,7 sedangkan nilai *crossloading* diamati guna menilai *discriminant validity* yaitu membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan model. Apabila nilai akar kuadrat AVE dari setiap konstruk lebih besar dari nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dapat dikatakan bahwa memiliki *discriminant validity* yang baik.

3) Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis ini, dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk (X1), harga produk (X2), kebersihan produk (X3), daya tahan produk (X4) terhadap keputusan pembelian (Y). Kriteria dalam membuat hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Nilai t hitung (CR) $< 1,96$ atau nilai probability (p) $> 0,05$ artinya semua variabel bebas yakni kualitas produk, harga produk, kebersihan produk, daya tahan produk tidak berpengaruh terhadap variabel terikat yakni keputusan pembelian jamur kuping di Pasar Tradisional Kabupaten Malang.
- b. Nilai t hitung (CR) $> 1,96$ atau nilai probability (p) $< 0,05$ artinya semua variabel bebas yakni kualitas produk, harga produk, kebersihan produk, daya tahan produk berpengaruh terhadap variabel terikat yakni keputusan pembelian jamur kuping di Pasar Tradisional Kabupaten Malang.

